

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Majalah Sebagai Media Massa

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, menyebutkan bahwa majalah adalah terbitan berkala yang isinya meliputi berbagai liputan jurnalistik, pandangan tentang topik aktual yang patut diketahui pembaca, dan menurut waktu penerbitannya dibedakan atas majalah bulanan, tengah bulanan, mingguan, dan sebagainya, dan menurut penyusunan isinya dibedakan atas majalah berita, wanita, remaja, olahraga, sastra, ilmu pengetahuan tertentu, dan sebagainya (KBBI, 2002:698).

Majalah merupakan media cetak yang karakteristiknya lebih spesifik daripada surat kabar. Setiap majalah umumnya mempunyai pembaca jauh lebih sedikit daripada pembaca surat kabar, namun memiliki pasar yang lebih jelas segmentasinya. Majalah memiliki kedalaman isi yang jauh berbeda dengan surat kabar yang hanya menyajikan berita (Yuli & Catur, 2006:118).

2.1.2 Kartun dan Karikatur

Secara singkat dapat dijelaskan, bahwa karikatur seperti halnya kartun strip, kartun gags (kartun kata), kartun komik dan kartun animasi adalah bagian dari apa yang dinamakan kartun.

Karikatur adalah produk suatu keahlian seorang karikaturis, baik dari segi pengetahuan, intelektual, teknik melukis, psikologis, cara melobi, referensi bacaan, maupun bagaimana dia memilih topik isu yang tepat. Karena itu, kita bisa mendeteksi intelektual seorang karikaturis dari sudut ini. Juga, cara dia mengkritik yang secara langsung membuat orang yang dikritik justru tersenyum (Sobur, 2006: 140)

Karikatur adalah bagian dari opini penerbit yang dituangkan dalam bentuk gambar - gambar khusus. Semula, karikatur ini hanya merupakan selingan atau ilustrasi belaka. Namun, pada perkembangan selanjutnya, karikatur dijadikan sarana untuk menyampaikan kritik yang sehat. Dikatakan kritik yang sehat karena penyampaian dilakukan dengan gambar - gambar lucu dan menarik (Sobur, 2006: 40).

2.1.3 Karikatur Dalam Media Massa

Komunikasi massa secara umum diartikan sebagai komunikasi yang dilakukan melalui media massa seperti majalah, surat kabar, radio, televisi dan lain sebagainya. Komunikasi massa merupakan komunikasi dimana penyampaian pesan kepada sejumlah orang dilakukan melalui media massa. Baik kartun maupun karikatur di Indonesia belakangan ini sudah bisa menjadi karya seni yang

menyimpan gema panjang, sarat oleh pesan dan estetika, disamping kadar humornya. Karikatur penuh dengan perlambangan-perlambangan yang kaya akan makna, oleh karena itu karikatur merupakan ekspresi dari situasi yang menonjol di dalam masyarakat. Setajam atau sekeras apapun kritik yang disampaikan sebuah gambar karikatur, tidak akan menyebabkan terjadinya evolusi. Dengan kata lain, karikatur dapat mengetengahkan suatu permasalahan yang sedang hangat di permukaan.

Menurut Anderson, dalam memahami studi komunikasi politik di Indonesia akan lebih mudah dianalisa mengenai konsep politik Indonesia dengan membedakan dalam dua konsep, yaitu dengan Direct Speech (komunikasi langsung) dan Symbolic Speech (komunikasi tidak langsung). Komunikasi langsung merupakan konsepsi politik yang analisisnya dipahami sejauh penelitian tersebut ditinjau dari komunikasi yang bersifat langsung, seperti humor, gossip, diskusi, argumen, intrik, dan lain - lain. Sedangkan komunikasi tidak langsung, tidak dapat secara langsung dipahami maupun diteliti seperti patung, monument dan simbol - simbol lainnya (Bintoro dalam Marliani, 2004: 49).

Peran karikatur yang tertulis seperti yang telah diuraikan di atas, merupakan alasan utama dijadikannya karikatur sebagai objek studi ini. Selain karena karikatur merupakan suatu penyampaian pesan lewat kritik yang sehat dan juga suatu keahlian karikaturis adalah bagaimana dia memilih topik - topik isu yang tepat dan masih hangat.

2.1.4 Karikatur

Karikatur, berasal dari kata *caricare* (bahasa Itali) yang maknanya memberi muatan atau tambahan ekstra. Karikatur telah berkembang sejak abad ke-18 terutama di Perancis. Karikatur sudah sedemikian lama merebak ke segala penjuru dunia, sebagai “seni khusus” gambar distortif wajah dan figur tokoh masyarakat. Sebagai ekspresi seni, teknik pemiihan wajah dan figur inipun telah dipelajari secara formal, terutama di Perancis. Sejak jaman Honore Daumiere (1808-1879) hingga Tim Mitelberg dan Patrice Ricor yang dianggap sebagai tokoh-tokoh pencetus dan “penyebarkan” seni deformatif ini, bentuk seni tersebut semakin digandrungi banyak seniman, pelukis dan bahkan pematung, sebagai aliran senirupa baru yang mereka namakan karikaturisme. Dimulai dari karya patung karikaturisme Jean-Pierre Edouard Dantan, pematung Perancis kelahiran Normandia dengan mahakaryanya “Patung Berlioz” yang diciptakan sekitar 1830-an. Meskipun tinggi patung ini hanya 9 inci, namun patung kepala Berlioz ini diolah sedemikian rupa menjadi karikatural, juga sarat dengan gambaran-gambaran lain yang terpahat di seputar rambutnya yang dibuat meninggi. Gaya patung Dantan ini sangat mempengaruhi para seniman karikatur, sehingga mereka pun menciptakan patung-patung kepala penyanyi, penulis, pemusik dunia terkenal. Seperti kepala Strauss, Liszt, Paganini, Balzac, Dumas dan banyak aktor terkenal dari Comedie Francaise. Bentuknya mungil saja, dan menjadi sangat diminati, karena dipakai sebagai hiasan ujung tongkat, pegangan kayu, topeng dan alat permainan lainnya. Kalau kita mengunjungi toko-toko cenderamata di Perancis, pengaruh Dantanisme inipun masih terasa sampai

sekarang. Antara lain dibuat untuk pangkal ballpoint, pensil atau bandul loncengan dan sebagainya. Selain barang oleh-oleh yang memiliki kualitas seni, karena buatan tangan pematung karikaturisme itu.

Kemudian pematung Jerman Timur, Helmut Schmidt, mencuat namanya lewat karya patung dada “ Franz Josef Strauss “, seorang pejabat pemerintah Jerman Timur (sebelum Jerman bersatu) yang konservatif dan anti terorisme. Wajah berlekuk-lekuk seperti kentang ubi, perut gendut dengan kepalan tangan beruas-ruas dari besi, yang dibuat tahun 1980. Lalu patung-patung karikaturisme yang dipajang di halaman maupun yang dipamerkan di dalam museum “Rumah Humor dan Satire” di Grobovo, Bulgaria, yang merupakan koleksi patung dan pahatan dari seluruh dunia. Termasuk pahatan wayang “ Gareng Petruk “ dari Indonesia (yang di atas label tertulis “Wayang Karagoz” dari Turki).

Di Indonesia, sebagian karikaturis merupakan kartunis yang sekedar memasukkan karikatur sebagai elemen dalam karyanya. Banyak karikaturis yang menghasilkan karya “potret” yang berkesan asal-salan. Agak mirip, namun tidak dikerjakan dengan intuisi dan wawasan yang baik, baik dari segi artistik maupun teknik penonjolan karakter tokoh obyeknya. Jika mencapai tingkat kemiripan, meski boleh dikatakan memadai, namun ia sebenarnya belum memvisualkan potret karikatural, melainkan masih berkutat pada realisme. Karya tersebut tak ubahnya seperti potret ,dengan hidung agak dibuat mancung atau pesek, mulut agak melebar, selebihnya mirip. Kesulitan kartunis dalam menciptakan potret karikatural secara revolusioner karena adanya perasaan tidak enak atau sungkan yang berlebihan terhadap tokoh yang menjadi obyeknya. Perasaan sungkan ini

bertolak dari rasa mawas diri, bahwa terutama bagi manusia Timur, sebab siapa yang secara sukarela mau digambar wajahnya dengan tidak anatomis. Bagi orang-orang tertentu bias jadi gambar tersebut dicap menghina, merusak citra si empunya wajah, vulgar, melecehkan, dan sebagainya. Beberapa kartunis di Indonesia yang berpotensi besar menjadi karikaturis handal, antara lain : GM Sidharta, Dwi Koendoro, Pramono, Jitet Koestana, Gesigoran atau Sudi Purwono (Non-O). Sementara itu Thomas Aquino Lionar (alm.) merupakan orang pertama kali menggarap potret karikatural sesuai dengan arti yang sebenarnya. Sebagai misal, menteri kehakiman waktu itu (Ismail Saleh) digarap sedemikian deformatif, sehingga lebih mirip monyet ketimbang wajah aslinya. Atau juga karikatur Ali Said) Jaksa Agung) yang menggiring asosiasi orang kepada wajah kuda. Namun kedua tokoh terhormat tersebut sama sekali tidak tersinggung atau marah. Malahan mereka memajangnya di ruang kerjanya dengan bangga.

2.1.5 Karikatur Sebagai Media Komunikasi Visual Dan Media Kritik

2.1.5.1 Karikatur Sebagai media Kritik Sosial

Indonesia terbangun ketika budaya tulis sudah menyebar luas, ketika segala tatanan kehidupan dirumuskan secara tertulis dan tidak tertulis baik dalam bentuk buku, majalah, surat kabar, radio, televisi, dan internet. Semakin luas melalui pendidikan modern dan yang tak kalah pentingnya, ketika segala bentuk tulisan sebagian besar menyampaikan berbagai informasi melalui bahasa Indonesia dijadikan media resmi pendidikan nasional dan sebagai alat komunikasi dalam birokrasi (Masoed, 1999: 42).

Dengan demikian melestarikan atau mempertahankan kritik terselubung dalam konteks budaya yang tidak lagi menopangnya, sama saja dengan membunuh eksistensi kritik sehingga sebuah institusi sosial yang lahir dari kebutuhan pengembangan hidup bersama manusia. Dalam konteks budaya tulis, budaya modern materialistis yang berpenopang pada budaya tulis di atas pembangunan, pengembangan, dan penyebaran kritik sama statusnya dengan pembangunan dan pengembangan, dan penyebaran kritik itu sendiri.

Dalam beberapa pengertian kritik sosial mengandung konotasi negatif seperti “celaan”, namun kata “kecaman” mengandung kemungkinan kata positif yaitu dukungan, usulan, atau saran, penyelidikan yang cermat. (Masoed, 1999: 36). Definisi “kritik” menurut kamus Oxford adalah “one who appraises literary or artistic work” atau suatu hal yang membentuk dan memberikan penilaian untuk menemukan kesalahan terhadap sesuatu. Kritik awalnya dari bahasa Yunani (Kritike = pemisahan, Krinoo = memutuskan) dan berkembang dalam bahasa Inggris “criticism” yang berarti evaluasi atau penilaian tentang sesuatu. Sementara sosial adalah suatu kajian yang menyangkut kehidupan dalam bermasyarakat menciptakan suatu kondisi sosial yang tertib dan stabil (Susanto, 1986: 7).

Dalam kritik sosial, pers dan politik Indonesia kritik sosial adalah salah satu bentuk komunikasi dalam masyarakat yang bertujuan atau berfungsi sebagai sumber kontrol terhadap jalannya sebuah sistem sosial atau proses bermasyarakat. Dalam konteks inilah kritik sosial merupakan salah satu unsur penting dalam memelihara sistem sosial. Dengan kata lain, kriti sosial dalam hal ini berfungsi

sebagai wahana untuk konservasi dan reproduksi sebuah sistem sosial atau masyarakat (Abar dalam Masoed, 1999: 47).

Kritik sosial juga dapat berarti sebuah inovasi sosial dalam arti bahwa kritik sosial menjadi sarana komunikasi gagasan baru, sembari menilai gagasan lama, untuk suatu perubahan sosial. Kritik sosial konservatif, status quo dalam masyarakat untuk perubahan sosial, kritik sosial dalam pengertian ini sering muncul ketika masyarakat atau sejumlah orang atau kelompok sosial dalam masyarakat yang menginginkan suasana baru, suasana yang lebih bai dan lebih maju, atau secara kritik sosial yang demikian yang lebih banyak dianut kaum oleh kritis dan strutualis. Mereka melihat kritik sosial adalah wahana komunikatif untuk suatu tujuan perubahan sosial. Suatu kritik sosial selalu menginginkan perbaikan, ini berarti bahwa suatu kritik sosial yang murni kurang didasarkan pada peneropongan kepentingan diri saja, melainkan justru menitikberatkan dan mengajak masyarakat atau khalayak untuk memperhatikan kebutuhan - kebutuhan nyata dalam masyarakat. Suatu kritik sosial kiranya didasarkan pada rasa tanggung jawab atas perkembangan lingkungan sosialnya, sehingga diharapkan dapat menuju ke arah perbaikan dalam masyarakat untuk mewujudkan suatu ketertiban sosial. (Susanto, 1986: 105).

Kritik sosial dapat disampaikan melalui berbagai wahana, mulai dari cara yang paling tradisional, seperti berjemur diri, ungkapan - ungkapan sindiran melalui komunikasi antar personal dan komunikasi sosial melalui berbagai pertunjukan sosial dan kesenian dalam komunikasi publik, seni sastra, dan melalui media massa. Kritik dari masyarakat ini hendaknya ditanggapi dengan serius oleh

pemerintah. Memang dalam menanggapi kritik dari masyarakat, belum menjamin persoalan akan selesai, tetapi itu menunjukkan adanya perhatian dari pemerintah. Perhatian inilah yang secara akumulatif membentuk kesan, pemerintah mempunyai kepedulian yang tinggi terhadap rakyatnya. Apabila masyarakat sudah diperhatikan aspirasinya, masyarakat tidak akan lupa budi, sehingga apabila pemerintah mempunyai program kerja maka partisipasi masyarakat akan muncul dengan sendirinya (Panuju, 1999: 49).

Kritik sosial itu sebenarnya merupakan sesuatu yang positif karena ia mendorong sesuatu yang terjadi didalam masyarakat untuk kembali ke kriteria yang dianggap wajar dan telah disepakati bersama. Menurut Aris Susanto dalam bidang politik istilah kritik sosial seringkali memperoleh konotasi negatif karena diartikan mencari kelemahan - kelemahan pihak lain dalam pertarungan politik sehingga arti yang substansial dari kritik sosial itu menjadi kabur (Masoed, 1999: 71).

Kesan oposisi sejauh mungkin harus dapat dihindarkan, masyarakat awam menganggap kritik sama dengan oposisi, yang artinya “pihak sana” (out group) sehingga kritik tertuju kebijaksanaan atau oknum aparat pemerintah, diidentifikasi sebagai penentang atau melawan pemerintah. Padahal, kritik bukanlah seperti itu. Kritik tidak selamanya berarti melawan. Kritik itu mengandung muatan - muatan saling memberi arti. Setidaknya menjadi masukan yang dapat dipertimbangkan dalam merumuskan kebijaksanaan dan tindak lanjutnya. (Ali, 1999: 84).

Kritik - kritik terbaik, sesuai dengan setting sosial, politik, dan budaya kita adalah kritik yang membuat saran kritik menangis, tapi dalam mimik mukanya yang tetap tertawa, artinya jika kita melaksanakan kritik kepada sasaran tertentu, kritik tersebut tidak boleh membuat malu sasaran kritik dihadapan publik, apalagi secara meluas.

Sesuai dengan ciri makhluk rasional, maka keterbukaan dan kritik harus mengandung beberapa unsur utama. Diantaranya adalah peningkatan supremasi individu, kompetisi dan membuka peluang pengarahan bagi tindakan manusia untuk meraih sukses dan keuntungan di planet bumi ini. (Ali, 1999: 194).

2.1.6 Ekspresi Wajah dan Tatapan Mata

Ekspresi wajah merupakan perilaku non verbal utama yang mengekspresikan keadaan emosional seseorang. Sebagian pakar mengakui, terdapat beberapa keadaan emosional yang dikomunikasikan oleh ekspresi wajah yang tampaknya dipahami secara universal ; kebahagiaan, kesedihan, ketakutan, keterkejutan, kemarahan, kejjikan, dan minat.

Ekspresi - ekspresi wajah tersebut dianggap “murni”, sedangkan keadaan emosional lainnya (misalnya malu, rasa berdosa, bingung, puas) dianggap “campuran”, yang umumnya lebih bergantung pada intepretasi. Dalam hal ini, ekspresi wajah boleh sama, namun maknanya mungkin berbeda. Kontak mata mempunyai dua fungsi dalam komunikasi. Pertama, fungsi pengatur, untuk memberitahu orang lain apakah memberikan reaksi (respon) atau tidak, atau

malah menghindarinya. Kedua, fungsi ekspresif, memberitahu orang lain tentang perasaan.

Dalam keadaan normal, frekuensi menatap orang lain hanya sekilas, cuma satu sampai dua detik. Bila pandangan lebih lama, reaksi orang tersebut cenderung emosional. Boleh jadi pasangan tersebut akan mengubah kesan mengenai “status” hubungan, misalnya dari hubungan biasa (pertemanan) menjadi lebih khusus.

Tampaknya orang - orang yang mempunyai hubungan dekat, seperti suami - istri atau orangtua - anak atau sahabat dekat, saling menatap sedikit lebih lama daripada orang - orang yang tidak saling mengenal. Semakin dekat hubungan diantara dua orang, semakin lamalah mereka berpandangan, meskipun ada batas maksimalnya. Tidak mengherankan yang dianggap intim mampu menyampaikan banyak makna lewat pandangan matanya, meskipun sedikit lebih berbicara.

Secara umum dikatakan bahwa makna ekspresi wajah dan pandangan mata tidaklah universal, melainkan sangat dipengaruhi oleh budaya. Lelaki dan perempuan mempunyai cara berbeda dalam hal ini. Perempuan condong lebih banyak tersenyum daripada laki - laki, tetapi senyuman mereka sulit ditafsirkan. Senyuman laki - laki umumnya berarti perasaan positif, sedangkan senyuman perempuan mungkin merupakan respon terhadap kemarahan. Perempuan juga cenderung lebih lama melakukan kontak mata daripada laki - laki terlepas dari

apakah mitra komunikasinya perempuan atau laki - laki. (Dedy Mulyana, 2007: 372)

2.1.7 Pendekatan Semiotik

Secara singkat, analisis semiotik merupakan cara atau metode untuk menganalisis dan memberikan makna-makna terhadap lambang-lambang pesan atau teks. Teks yang dimaksud dalam hubungan ini adalah segala bentuk serta sistem lambang (sign) baik yang terdapat pada media massa maupun yang terdapat di luar media massa. Urusan analisis semiotik adalah melacak makna-makna yang diangkut dengan teks berupa lambang-lambang (sign). Dengan kata lain, pemaknaan terhadap lambang-lambang dalam tekslah yang menjadi pusat perhatian analisis semiotik (Pawito, 2007:155).

Menurut Littlejohn (1996:64), sign (tanda / lambang) adalah basis dari seluruh komunikasi. Manusia dengan perantaraan tanda-tanda dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya. Banyak hal bisa dikomunikasikan di dunia ini.

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika, atau dalam istilah Barthes, semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (humanity) memaknai hal-hal (things). Memaknai (to signify) dalam hal ini tidak dapat mencampuradukkan dengan mengkomunikasikan (to communicate). Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak

berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda (1988:179) (Sobur, 2006:15).

Konsep dasar ini mengikat bersama seperangkat teori yang amat luas berurusan dengan simbol, bahasa, wacana, dan bentuk–bentuk nonverbal, teori–teori yang menjelaskan bagaimana tanda berhubungan dengan maknanya dan bagaimana tanda disusun. Secara umum, studi tentang tanda merujuk kepada semiotika. Dengan tanda–tanda kita mencari keteraturan ditengah–tengah dunia yang centang–prenang ini, setidaknya agar kita sedikit punya pegangan. ”Apa yang dikerjakan oleh semiotika adalah mengajarkan kita bagaimana menguraikan aturan–aturan tersebut dan membawanya pada sebuah kesadaran” ujar Pines (Sobur, 2006:16) .

Dengan semiotika kita lantas berurusan dengan tanda. Semiotika seperti kata Lechte (2001:191), adalah suatu disiplin yang menyelidiki semua bentuk komunikasi yang terjadi dengan sarana signs tanda–tanda yang berdasarkan pada sign system (code) tanda–tanda (Segers, 2000:4). Yang perlu kita garis bawahi dari berbagai definisi di atas adalah bahwa para ahli melihat semiotika atau semiosis itu sebagai ilmu atau proses yang berhubungan dengan tanda. Begitulah semiotika berusaha menjelaskan jalinan tanda atau ilmu tentang tanda, secara sistematis menjelaskan esensi, ciri–ciri, dan bentuk suatu tanda, serta proses signifikasi yang menyertainya (Sobur, 2006:16).

Tokoh–tokoh dalam ilmu semiotika itu adalah Ferdinand de Saussure, seorang ahli linguistik asal Swiss dan Charles Sanders Pierce, seorang ahli filsafat

dari Amerika. Berdasarkan objeknya Pierce membagi tanda atas ikon (icon), indeks (index) dan simbol (symbol). Ikon adalah tanda yang hubungan antara tanda dan objek atau acuan yang bersifat kemiripan, misalnya potret dan peta. Indeks adalah tanda yang menunjukkan adanya hubungan alamiah antara tanda yang langsung mengacu pada kenyataan. Contoh yang paling jelas ialah asap sebagai tanda adanya api. Tanda dapat pula mengacu ke denotatum melalui konvensi. Tanda seperti itu adalah tanda konvensional yang biasa disebut simbol. Jadi simbol adalah tanda yang menunjukkan hubungan alamiah antara penanda dan pentandanya. Simbol tidak harus mempunyai kesamaan, kemiripan, atau hubungan dengan objeknya (Sobur, 2006:39).

2.1.8. Model Semiotika Charles S. Peirce

Charles Sanders Peirce ialah seorang ahli matematika dari AS yang sangat tertarik pada persoalan lambang-lambang. Peirce menggunakan istilah representamen yang tidak lain adalah lambang (sign) dengan pengertian sebagai something which stands to somebody for something in some respect or capacity (sesuatu yang mewakili sesuatu bagi seseorang dalam suatu hal atau kapasitas) (Pawito, 2007:157). Menurut Peirce, sebuah tanda itu mengacu pada sebuah acuan dan pemaknaan adalah fungsi utamanya. Hal ini sesuai dengan definisi dari tanda itu sendiri, yaitu sebagai sesuatu yang memiliki bentuk fisik, dan harus merujuk pada sesuatu yang lain. Dari tanda tersebut Peirce ingin mengidentifikasikan partikel dasar dari tanda dan menggabungkannya kembali semua komponen ke dalam struktur tunggal. Peirce menggunakan teori segitiga makna (triangle meaning) yang terdiri atas : (Rachmat, 2006:265)

a. Sign (tanda)

adalah sesuatu fisik yang dapat ditangkap oleh panca indera manusia dan merupakan sesuatu yang merujuk (mepemaknaankan) hal lain di luar tanda itu sendiri. Acuan tanda ini disebut objek.

b. Object (objek)

adalah konteks sosial yang menjadi referensi dari tanda atau sesuatu yang dirujuk tanda.

c. Interpretant (interpretan)

adalah konsep pemikiran dari orang yang menggunakan tanda dan menurulkannya ke suatu makna yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda.

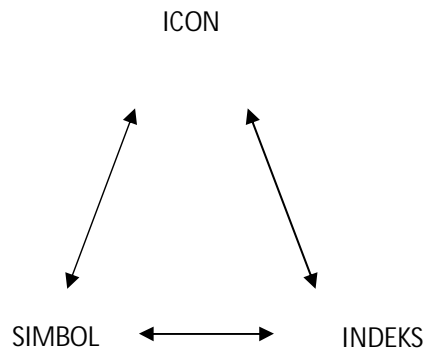
Hubungan segitiga makna Peirce ditampilkan dalam gambar berikut (Fiske, 1990:40) :



Gambar II.1. Hubungan Tanda, Objek dan Interpretan Pierce

Sumber : John Fiske, 1990

Berdasarkan objeknya, Peirce membagi tanda atas icon (ikon), index (indeks), dan symbol (simbol). Icon adalah tanda yang hubungan antara penanda dan petandanya bersifat bersamaan bentuk alamiah. Atau dengan kata lain, icon adalah hubungan antara tanda dan objek atau acuan yang bersifat kemiripan; misalnya : potret dan peta. Index adalah tanda yang menunjukkan adanya hubungan alamiah antara tanda dan petanda yang bersifat kausal atau hubungan sebab akibat, atau tanda yang langsung mengacu pada kenyataan. Contoh yang paling jelas ialah asap sebagai tanda adanya api. Sedangkan symbol adalah tanda yang menunjukkan hubungan alamiah antara penanda dengan petandanya. Hubungan diantaranya bersifat arbitrer atau semena, hubungan berdasarkan konvensi (perjanjian) masyarakat (Sobur, 2006:42). Ketiga kategori tersebut digambarkan dalam sebuah model segitiga sebagai berikut :



Gambar II.2. Model Kategori Tanda oleh Pierce

Sumber : John Fiske, 1990

2.1.9 Pemaknaan Warna

Berdasarkan Wikipedia Indonesia, mengartikan Warna adalah spektrum tertentu yang terdapat di dalam suatu cahaya sempurna (berwarna putih). Identitas suatu warna ditentukan panjang gelombang cahaya tersebut. Sebagai contoh warna biru memiliki panjang gelombang 460 nanometer. Panjang gelombang warna yang masih bisa ditangkap mata manusia berkisar antara 380-780 nanometer.

Dalam peralatan optis, warna bisa pula berarti interpretasi otak terhadap campuran tiga warna primer cahaya: merah, hijau, biru yang digabungkan dalam komposisi tertentu. Misalnya pencampuran 100% merah, 0% hijau, dan 100% biru akan menghasilkan interpretasi warna magenta.

Dalam seni rupa, warna bisa berarti pantulan tertentu dari cahaya yang dipengaruhi oleh pigmen yang terdapat di permukaan benda. Misalnya pencampuran pigmen magenta dan cyan dengan proporsi tepat dan disinari cahaya putih sempurna akan menghasilkan sensasi mirip warna merah. Setiap warna mampu memberikan kesan dan identitas tertentu sesuai kondisi sosial pengamatnya. Misalnya warna putih akan memberi kesan suci dan dingin di daerah Barat karena berasosiasi dengan salju. Sementara di kebanyakan negara Timur warna putih memberi kesan kematian dan sangat menakutkan karena berasosiasi dengan kain kafan (meskipun secara teoritis sebenarnya putih bukanlah warna).

Di dalam ilmu warna, hitam dianggap sebagai ketidakhadiran seluruh jenis gelombang warna. Sementara putih dianggap sebagai pemaknaan kehadiran seluruh gelombang warna dengan proporsi seimbang. Secara ilmiah, keduanya bukanlah warna, meskipun bisa dihadirkan dalam bentuk pigmen.

Warna menurut Wikipedia terbagi atas beberapa kelompok, antara lain :
(<http://id.wikipedia.org>)

1. Warna netral, adalah warna-warna yang tidak lagi memiliki kemurnian warna atau dengan kata lain bukan merupakan warna primer maupun sekunder. Warna ini merupakan campuran ketiga komponen warna sekaligus, tetapi tidak dalam komposisi tepat sama.
2. Warna kontras, adalah warna yang berkesan berlawanan satu dengan lainnya. Warna kontras bisa didapatkan dari warna yang berseberangan (memotong titik tengah segitiga) terdiri atas warna primer dan warna sekunder. Tetapi tidak menutup kemungkinan pula membentuk kontras warna dengan menolah nilai ataupun kemurnian warna. Contoh warna kontras adalah merah dengan hijau, kuning dengan ungu dan biru dengan jingga.
3. Warna panas, adalah kelompok warna dalam rentang setengah lingkaran di dalam lingkaran warna mulai dari merah hingga kuning. Warna ini menjadi simbol, riang, semangat, marah dsb. Warna panas mengesankan jarak yang dekat.
4. Warna dingin, adalah kelompok warna dalam rentang setengah lingkaran di dalam lingkaran warna mulai dari hijau hingga ungu. Warna ini menjadi

simbol kelembutan, sejuk, nyaman dsb. Warna sejuk mengesankan jarak yang jauh.

Para teoritis bahasa mengemukakan bahwa kebanyakan kata memiliki makna majemuk. Setiap kata dari kata-kata seperti : merah, kuning, hitam, dan putih memiliki makna (konotatif) yang berlainan. Dalam Roget's Thesaurus, seperti dikutip Mulyana (2003:260–261), terdapat kira-kira 12 sinonim untuk kata hitam, dalam beberapa kepercayaan warna-warna seperti warna hitam dan abu-abu memiliki asosiasi yang kuat dengan bahasa, hitam tidak dapat dipisahkan dari hal-hal yang bersifat buruk dan negatif, misal : daftar hitam, dunia hitam kambing hitam, sedangkan terdapat 134 sinonim untuk kata putih, dan semua artinya positif. Warna putih kebalikan dari warna hitam, putih mewakili sesuatu yang menyenangkan dan mencerminkan segala sesuatu yang bersifat kebaikan, seperti : murni, bersih, suci dan inosen. Jadi kata hitam umumnya berkonotasi negatif, sedangkan kata putih berkonotasi positif (Sobur, 2001:25).

Di Indonesia warna merah muda adalah warna feminin (warna romantis yang disukai orang jatuh cinta), sedangkan warna biru adalah warna maskulin, warna hijau sering diasosiasikan dengan Islam dan muslim, bukan karena warna ini menyejukkan mata, namun juga karena dipercaya bahwa warna ini adalah warna surga, seperti disebutkan dalam Qur'an surat Ar-Rahman ayat 64 : “kedua surga itu hijau tua warnanya”. Mungkin hal tersebut yang menyebabkan kebanyakan masjid berdinding dan berkarpet hijau (Mulyana, 2005:376).

Tidak mudah untuk meneliti apakah warna mempengaruhi suasana hati (mood), apalagi memastikan hubungan warna dengan respon tubuh kita, atau mungkin sebuah stereotip. Berikut ini uraian suasana hati yang diasosiasikan dengan warna (Mulyana, 2005:377).

- a. Merah = menggairahkan, merangsang
- b. Biru = aman, nyaman, lembut, menenangkan
- c. Oranye = tertekan, terganggu, bingung
- d. Merah, coklat, biru, ungu, hitam = melindungi, mempertahankan
- e. Hitam, coklat = sangat sedih, patah hati, tidak bahagia, murung
- f. Biru, hijau = kalem, damai, tentram
- g. Ungu = berwibawa, agung
- h. Kuning = menyenangkan, riang, gembira
- i. Merah, oranye, hitam = menantang, melawan, memusuhi
- j. Hitam = berkuasa, kuat, bagus sekali

Tampaknya daftar warna di atas dan suasana hati yang diasosiasikan – yang versi Amerika – tidak berlaku universal, meskipun mirip dengan versi yang berlaku dalam budaya lain.

2.1.10 Konsep Makna

Para ahli mengakui, istilah makna (meaning) memang merupakan kata dan istilah yang membingungkan. Dalam bukunya *The Meaning of Meaning*, (Odgen dan Richards dalam buku Kurniawan, 2008: 27) telah mengumpulkan tidak kurang dari 22 batasan mengenai makna.

Makna sebagaimana dikemukakan oleh Fisher (dalam Sobur, 2004: 248), merupakan konsep yang abstrak yang telah menarik perhatian para ahli filsafat dan para teoritis ilmu sosial selama 2000 tahun silam. Semenjak Plato mengkonseptualisasikan makna manusia sebagai salinan “ultrarealitas”, para pemikir besar telah sering mempergunakan konsep itu dengan penafsiran yang sangat luas yang merentang sejak pengungkapan mental dari Locke sampai ke respon yang dikeluarkan dari Skinner. “Tetapi”, (kata Jerold Katz dalam Kurniawan, 2008: 47), “setiap usaha untuk memberikan jawaban yang langsung telah gagal. Beberapa seperti misalnya Plato, telah terbukti terlalu samar dan pekulatif. Yang lainnya memberikan jawaban salah.”

Menurut Devito, makna bukan terletak pada kata - kata melainkan pada manusia. “Kita”, lanjut Devito, menggunakan kata - kata untuk mendekati makna yang ingin kita komunikasikan. Tetapi kata - kata ini secara sempurna dan lengkap menggambarkan makna yang kita maksudkan. Demikian pula makna yang didapat pendengar dari pesan - pesan akan sangat berbeda dengan makna yang ingin kita komunikasikan. Komunikasi adalah proses yang kita gunakan untuk memproduksi dibenak pendengar dan apa yang ada dalam benak kita.

Ada tiga hal yang dijelaskan para filsuf dan linguis sehubungan dengan usaha menjelaskan istilah makna. Ketiga hal tersebut adalah (1) menjelaskan makna secara alamiah, (2) mendeskripsikan secara alamiah, (3) menjelaskan makna dalam proses komunikasi (Kempson dalam Sobur, 2004: 258).

Ada beberapa pandangan yang menjelaskan teori atau konsep makna.

Model konsep makna (Johnson dalam Devito 1997: 123 - 125) sebagai berikut :

- 1) Makna dalam diri manusia. Makna tidak terletak pada kata - kata melainkan pada manusia. Kita menggunakan kata - kata untuk mendekati makna yang ingin kita komunikasikan, tetapi kata - kata tersebut tidak secara sempurna dan lengkap menggambarkan makna yang ingin kita gunakan untuk memproduksi dibenak pendengar apa yang ada dalam benak kita dan proses ini adalah proses yang bisa salah.
- 2) Makna berubah. Kata - kata relatif statis, banyak dari kata - kata yang kita gunakan 200 atau 300 tahun yang lalu. Tetapi makna dari kata - kata ini dan berubah khusus yang terjadi pada dimensi emosional makna.
- 3) Makna membutuhkan acuan, walaupun tidak semua komunikasi mengacu pada dunia nyata. Komunikasi hanya masuk akal bilamana ia mempunyai kaitan dengan dunia atau lingkungan eksternal.
- 4) Penyingkiran berlebihan akan mengubah makna. Berkaitan erat dengan gagasan bahwa acuan tersebut kita butuhkan bilamana terjadi masalah komunikasi yang akibat penyingkatan berlebihan tanpa mengaitkan acuan yang diamati. Bila kita berbicara tentang cerita, persahabatan, kebahagiaan, kejahatan dan konsep - konsep lain yang serupa tanpa mengaitkannya dengan sesuatu yang spesifik, kita tidak akan bisa berbagi makna dengan lawan bicara.
- 5) Makna tidak terbatas jumlahnya. Pada suatu saat tertentu, jumlah kata dalam suatu bahasa terbatas, tetapi maknanya tidak terbatas. Karena itu kebanyakan

kita mempunyai banyak makna. Ini bisa menimbulkan masalah bila ada sebuah kata diartikan secara berbeda oleh dua orang yang sedang berkomunikasi.

Makna yang dikomunikasikan hanya sebagian. Makna yang kita peroleh dari suatu kejadian bersifat multi aspek dan sangat kompleks. Tetapi hanya sebagian saja dari makna - makna ini yang benar - benar dapat dijelaskan. Banyak dari makna tersebut yang tetap tinggal dalam benak kita, karenanya pemaknaan yang sebenarnya mungkin juga merupakan tujuan yang ingin kita capai tetap tidak pernah tercapai (Sobur, 2003: 285 - 289).

2.1.11 Kompetisi New7wonders

Kontroversi penyelenggaraan kompetisi tujuh keajaiban alam baru dunia (New7Wonders of Nature) tidak hanya terjadi di Indonesia. Harian terkemuka Inggris, *The Guardian*, dalam situs web-nya, Kamis (10/11/2011), melaporkan, kompetisi selama empat tahun untuk menentukan tujuh keajaiban alam baru dunia itu menjadi kontroversi di sejumlah negara setelah pemerintah negara-negara itu menuduh penyelenggara, yaitu New7Wonders Foundation, meminta uang jutaan dollar AS dari peserta sebagai biaya pemasaran.

Jajak pendapat untuk New7Wonders of Nature, berdasarkan klaim penyelenggara, telah menarik jutaan pemilih dari seluruh dunia yang memilih tujuh corak alam terajaib dari 28 daftar pemandangan alam yang meliputi, antara lain, Great Barrier Reef, hutan hujan Amazon, Kepulauan Maladewa, Luat Mati, dan Taman Nasional Komodo dari Indonesia. Daftar tujuh keajaiban alam baru

akan secara resmi diumumkan Jumat ini setelah empat tahun jajak pendapat online dan via SMS (telepon) secara global.

Jajak pendapat itu, yang diselenggarakan New7Wonders Foundation dan cabang lembaganya, New Open World Corporation, diluncurkan tahun 2007 setelah penyelenggaran serupa untuk menemukan tujuh keajaiban baru dunia yang penyelenggara klaim telah dipilih oleh lebih dari 100 juta orang. Jajak pendapat itu merupakan gagasan Bernard Weber, seorang pengusaha dan pakar pemasaran Kanada-Swiss. Weber ingin menciptakan "tujuh simbol warisan (heritage) dan alam untuk menjadi bagian dari Global Memory.

Menurut Guardian, lebih dari 440 keajaiban alam diserahkan dari 220 negara pada 2007 yang kemudian dipangkas menjadi tinggal 28 finalis pada tahun 2009 oleh sebuah panel ahli yang dipimpin Profesor Federico Zaragoza, mantan kepala UNESCO. Untuk memastikan bahwa jajak pendapat itu fair bagi negara-negara kecil dengan populasi yang sedikit pula, maka hanya 10 persen suara dari negara di mana lokasi (alam) yang menjadi peserta yang akan dihitung, 90 persen sisanya akan didapat dari suara global.

Jajak pendapat itu akan ditutup tepat pada pukul 11.11 GMT (18.11 WIB) pada tanggal 11 November 2011. New7Wonders Foundation menyatakan, penghargaan itu akan menawarkan peluang promosi dan pemasaran bagi para pemenang.

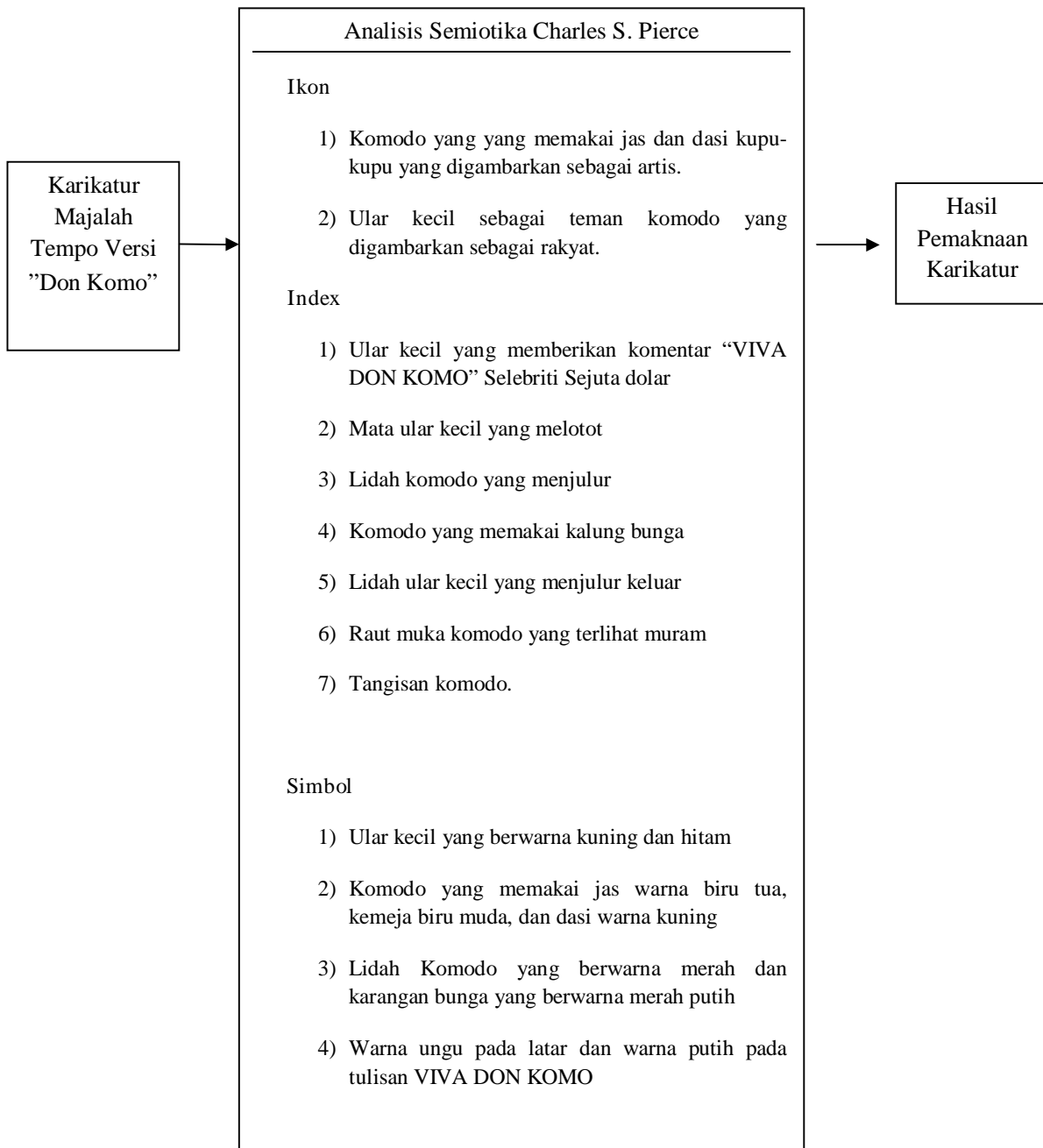
2.2 Kerangka Berpikir

Setiap individu mempunyai latar belakang yang berbeda-beda dalam memaknai suatu peristiwa atau objek. Hal ini dikarenakan adanya pengalaman (Field of Experince) dan pengetahuan (Frame of Reference) yang berbeda-beda pada individu tersebut. Begitu juga peneliti dalam memaknai tanda dan lambang yang ada dalam objek, berdasarkan pengalaman dan pengetahuan peneliti.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisis karikatur mengenai kontroversi pulau komodo sebagai keajabain dunia. Kerangka berpikir yang digunakan oleh peneliti adalah teori semiotik dari Charles Sanders Peirce yang mengkategorikan tanda kedalam tiga kategori, yaitu ikon, indeks dan simbol yang kemudian tada-tanda tersebut akan dipemaknaankan sesuai dengan isi pesan yang akan disampaikan.

Yang diutamakan disini adalah peristiwa yang melatarbelakangi pembuatan karikatur mengenai komodo sebagai signifikan dalam pembuatan makna. Realitas sosial tersebut dipaparkan secara eksplisit dalam pemilihan ikon yaitu komodo yang mengenakan jas dan dasi kuning. Pierce menggunakan tanda istilah (sign) yang merupakan pemaknaan dari sesuatu di luar tanda, yaitu (obyek) dan dipahami oleh peserta komunikasi (interpretan).

Melalui teori semiotik ini dapat diperoleh hasil interpretasi dari karikatur mengenai Komodo sebagai tujuh keajaiban dunia. Dari hasil interpretasi tersebut akan dapat diungkap muatan pesan yang terkandung dalam ilustrasi iklan tersebut dan lebih jelasnya digambarkan sebagai berikut :



Gambar II.3. Bagan kerangka berpikir

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan semiotik. Alasan digunakannya metode deskriptif kualitatif terdapat beberapa faktor pertimbangan, yaitu pertama metode deskriptif kualitatif akan lebih mudah menyesuaikan bila dalam penelitian ini kenyataannya ganda, kedua metode deskriptif kualitatif menyajikan secara langsung hubungan antara peneliti dengan objek peneliti, ketiga metode deskriptif kualitatif lebih peka serta dapat menyesuaikan diri dengan banyak pengaruh terhadap pola - pola nilai yang dihadapi (Moeloeng, 2002: 33).

Selain itu pada dasarnya semiotik bersifat kualitatif interpretatif, yaitu suatu metode yang memfokuskan dirinya pada tanda dan teks sebagai objek kajian, serta bagaimana menafsirkan dan memahami kode dibalik tanda dan teks tersebut (Christomy dan Yuwono dalam Marliani, 2004: 48).

Oleh karena itulah peneliti harus memperhatikan beberapa hal dalam penelitian ini, pertama adalah konteks atau situasi sosial di seputar dokumen atau teks yang diteliti. Disini peneliti diharapkan dapat memahami makna dari teks yang diteliti. Kedua adalah proses atau bagaimana suatu produksi media atau isi pesannya dikemas secara aktual dan diorganisasikan secara bersama. Ketiga

adalah pembentukan secara bertahap dari makna sebuah pesan melalui pemahaman dan interpretasi.

Dalam penelitian ini, menggunakan metode semiotik. Semiotik adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda (Sobur, 2004: 15). Dengan menggunakan metode semiotik, peneliti berusaha menggali realitas yang didapatkan melalui interpretasi symbol - simbol dan tanda - tanda yang ditampilkan sepanjang gambar dalam karikatur. Pendekatan semiotik termasuk dalam metode kualitatif. Tipe penelitian ini adalah deskriptif, dimana peneliti berusaha untuk mengetahui pemaknaan karikatur “Don Komo” Dalam Majalah Tempo.

3.2 Kerangka Konseptual

3.2.1 Corpus

Corpus merupakan kumpulan bahan yang terbatas, yang dilakukan pada perkembangannya oleh analisa dengan kesemenaan. Corpus haruslah cukup luas untuk memberikan harapan yang beralasan bahwa unsur-unsurnya akan memelihara sebuah sistem kemiripan dan perbedaan yang lengkap. Corpus juga bersifat se-homogen mungkin, baik homogen pada taraf substansi maupun homogen pada taraf waktu (sinkroni) (Kurniawan, 2001:70).

Corpus adalah kata lain dari sampel, bertujuan tetapi khusus digunakan untuk analisis semiotika dan analisis wacana. Pada penelitian kualitatif ini memberikan peluang yang besar bagi dibuatnya interpretasi-interpretasi alternatif.

Corpus dari penelitian ini adalah karikatur mengenai Kasus Kontroversi pulau Komodo versi Don Komo yang dimuat pada majalah Tempo. Iklan tersebut akan diinterpretasikan dengan acuan kategori tanda yang dibuat oleh Peirce yang terbagi atas ikon, indeks, dan simbol.

Tetapi sebagai analisis, korpus itu bersifat terbuka pada konteks yang beraneka ragam, sehingga memungkinkan untuk memahami banyak aspek dari sebuah pesan yang tidak ditangkap atas dasar suatu analisis yang bertolak dari unsur tertentu. (Arkoun: Setianingsih, 2003: 40).

3.2.2 Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah semua tanda-tanda berupa gambar, tulisan, dan warna-warna yang ada pada karikatur mengenai Kontroversi pulau Komodo pemaknaan karikatur “Don Komo” Dalam Majalah Tempo yang kemudian diinterpretasikan berdasarkan kategori tanda ikon, indeks dan simbol.

3.2.3 Ikon

Ikon adalah hubungan antara tanda dan objek atau acuan yang bersifat kemiripan. (Sobur, 2001: 41). Dengan kata lain tanda memiliki ciri - ciri sama dengan apa yang dimaksudkan. Apabila pada pemaknaan karikatur “Don Komo” Dalam Majalah Tempo ditunjukkan dengan:

- 1) Komodo yang memakai jas dan dasi kupu-kupu yang digambarkan sebagai artis.
- 2) Ular kecil sebagai teman komodo yang digambarkan sebagai rakyat.

3.2.4 Index

Indeks adalah tanda yang menunjukkan adanya hubungan alamiah antara tanda dan petanda yang bersifat kausal atau hubungan sebab akibat (Sobur, 2004: 42), atau disebut juga dengan tanda sebagai bukti. . Apabila pada pemaknaan karikatur “Don Komo” Dalam ditunjukan dengan:

- 1) Ular kecil yang memberikan komentar “VIVA DON KOMO” Selebriti Sejuta dolar
- 2) Mata ular kecil yang melotot
- 3) Lidah komodo yang menjulur
- 4) Komodo yang memakai kalung bunga
- 5) Lidah ular kecil yang menjulur keluar
- 6) Raut muka komodo yang terlihat muram
- 7) Tangisan komodo.

3.2.5 Simbol

Simbol adalah tanda yang menunjukkan hubungan alamiah antara tanda penanda dengan petandanya, bersifat arbitrer atau semena, hubungan berdasarkan konvensi (perjanjian masyarakat) (Sobur, 2004: 42). Apabila pada pemaknaan karikatur “Don Komo” Dalam Majalah Tempo ditunjukan dengan:

- 1) Ular kecil yang berwarna kuning dan hitam
- 2) Komodo yang memakai jas warna biru tua, kemeja biru muda, dan dasi warna kuning

- 3) Lidah Komodo yang berwarna merah dan karangan bunga yang berwarna merah putih
- 4) Warna ungu pada latar dan warna putih pada tulisan VIVA DON KOMO

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan melalui cara mengamati karikatur mengenai Don Komo, serta melakukan studi kepustakaan untuk melengkapi data-data dan bahan yang dapat dijadikan referensi yang kemudian dianalisis berdasarkan landasan teori dan interpretasi penulis dengan menggunakan teori semiotika dari Peirce untuk mengetahui makna dari gambar, tulisan dan warna-warna yang ada pada iklan tersebut.

3.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode diskriptif. Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan warna. Hal ini disebabkan karena adanya penerapan metode kualitatif, selain itu semua yang dikumpulkan kemungkinan menjadi jawaban atas obyek yang diteliti. Analisis data dilakukan dalam penelitian berdasarkan Model Semiotik dari Charles Sanders Peirce, yaitu sistem tanda (sign) dalam iklan yang dijadikan korpus (sample) dalam penelitian, dikategorikan kedalam tanda dengan acuannya yang dibuat oleh Charles Sanders Peirce terdiri dari tiga kategori yaitu ikon (icon), index) dan simbol (symbol).

Berdasarkan pada Interpretant, tanda (sign / representamen) dibagi atas rheme, dicent sign atau dicisign dan argument. Rheme adalah tanda yang memungkinkan orang menafsirkan berdasarkan pilihan. Misalnya, orang yang merah matanya dapat saja menandakan bahwa orang tersebut mengalami iritasi, atau menderita penyakit mata, bahkan dapat disebut juga orang tersebut sedang menangis. Dicent sign atau dicisign adalah tanda sesuai dengan kenyataan. Misalnya, apabila di suatu jalan sering terjadi kecelakaan, maka di tepi jalan harus dipasang rambu - rambu yang menunjukkan di area tersebut sering terjadi kecelakaan. Argument adalah tanda yang langsung memberi alasan tertentu.

Semiotika dalam pandangan Pierce mengemukakan mengenai proses komunikasi. Pada proses komunikasi terdapat komunikator, pesan, media atau saluran, komunikan dan efek. Pada karikatur Tempo periode komunikatornya adalah karikaturis. Pesannya adalah karikatur, media Tempo sebagai saluran dan komunikannya adalah khalayak pembaca Tempo. Efek yang diharapkan dari khalayak setelah membaca karikatur editorial ini adalah sikap kritis. Sikap kritis tersebut disadari atau tidak telah dipengaruhi oleh karikaturis melalui karikatur itu sendiri. Pengaruh yang diberikan oleh karikaturis berupa penggambaran tokoh yang dimunculkan dalam karikatur tersebut.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian Dan Penyajian Data

4.1.1 Pemaknaan karikatur Versi “Komodo”

Taman Nasional Komodo dibentuk pada tahun 1980 dan dinyatakan sebagai World Heritage Site serta Man and Biosphere Reserve oleh UNESCO pada tahun 1986. Semula kawasan tersebut ditetapkan untuk melestarikan satwa Komodo yang unik. Satwa Komodo (dalam bahasa daerah disebut Ora) pertama-tama ditemukan oleh dunia ilmu pengetahuan pada tahun 1911. P.A. Ouwens, kurator Museum Zoologi di Bogor, menerima laporan tentang ditemukannya satwa komodo oleh J.K.H. Van Steyn, pegawai pemerintah Hindia Belanda. Ouwens memberi nama ilmiah *Varanus komodoensis* Ouwens kepada satwa tersebut dalam karya tulis yang dimuat dalam “Bulletin du Jardin Botanique de Buitenzorg”, dengan judul “On a large *Varanus* species from the island of Komodo.”

Jenis-jenis satwa darat lain yang menonjol termasuk burung gosong (*Megapodius reinwardt*), tikus Rinca (*Rattus rintjanus*), dan rusa Timor (*Cervus timorensis*). Sekitar 70% dari kawasan terrestrial berupa hutan savana padang rumput. Tipe habitat daratan yang lain berupa hutan tropis musim (monsoon) dan hutan kuasi awan di atas 500 m sepanjang

punggung dan puncak. Walaupun tersohor sebagai habitat satwa Komodo, *Varanus komodensis*, Taman Nasional Komodo (TNK) meliputi salah satu kawasan laut yang paling kaya di dunia. Taman Nasional ini meliputi 1,214 kilometer persegi habitat laut dengan kenekaragaman tinggi, termasuk karang, mangrove, rumput laut, gunung laut, dan teluk yang semi tertutup. Habitat-habitat tersebut mempunyai lebih dari 1000 spesies ikan, sekitar 260 spesies karang, dan 70 spesies bunga karang. Dugong (*Dugong dugon*), lumba-lumba (10 spesies), paus (6 spesies), dan penyu sisik (*Eretmochelys imbricata*) dan penyu hijau (*Chelonia mydas*) beruaya di Taman Nasional ini.

Kontroversi penyelenggaraan kompetisi tujuh keajaiban alam baru dunia (New7Wonders of Nature) tidak hanya terjadi di Indonesia. Harian terkemuka Inggris, *The Guardian*, dalam situs web-nya, Kamis (10/11/2011), melaporkan, kompetisi selama empat tahun untuk menentukan tujuh keajaiban alam baru dunia itu menjadi kontroversi di sejumlah negara setelah pemerintah negara-negara itu menuduh penyelenggara, yaitu New7Wonders Foundation, meminta uang jutaan dollar AS dari peserta sebagai biaya pemasaran.

Jajak pendapat untuk New7Wonders of Nature, berdasarkan klaim penyelenggara, telah menarik jutaan pemilih dari seluruh dunia yang memilih tujuh corak alam terajaib dari 28 daftar pemandangan alam yang meliputi, antara lain, Great Barrier Reef, hutan hujan Amazon, Kepulauan Maladewa, Luat Mati, dan Taman Nasional Komodo dari Indonesia.

Daftar tujuh keajaiban alam baru akan secara resmi diumumkan Jumat ini setelah empat tahun jajak pendapat online dan via SMS (telepon) secara global.

Jajak pendapat itu, yang diselenggarakan New7Wonders Foundation dan cabang lembaganya, New Open World Corporation, diluncurkan tahun 2007 setelah penyelenggaraan serupa untuk menemukan tujuh keajaiban baru dunia yang penyelenggara klaim telah dipilih oleh lebih dari 100 juta orang. Jajak pendapat itu merupakan gagasan Bernard Weber, seorang pengusaha dan pakar pemasaran Kanada-Swiss. Weber ingin menciptakan "tujuh simbol warisan (heritage) dan alam untuk menjadi bagian dari Global Memory.

Menurut Guardian, lebih dari 440 keajaiban alam diserahkan dari 220 negara pada 2007 yang kemudian dipangkas menjadi tinggal 28 finalis pada tahun 2009 oleh sebuah panel ahli yang dipimpin Profesor Federico Zaragoza, mantan kepala UNESCO. Untuk memastikan bahwa jajak pendapat itu fair bagi negara-negara kecil dengan populasi yang sedikit pula, maka hanya 10 persen suara dari negara di mana lokasi (alam) yang menjadi peserta yang akan dihitung, 90 persen sisanya akan didapat dari suara global.

4.1.2 Majalah Tempo

Majalah Tempo adalah majalah berita mingguan Indonesia yang umumnya meliput berita dan politik. Edisi pertama Tempo diterbitkan pada Maret 1971 yang merupakan majalah pertama yang tidak memiliki afiliasi dengan pemerintah.

Tempo, majalah mingguan ini terbit perdana pada April 1971 dengan berita utama mengenai cedera parah yang dialami Minarni, pemain badminton andalan Indonesia di Asean Games Bangkok, Thailand. Dimodali Rp 20 juta oleh Yayasan Jaya Raya milik pengusaha Ciputra; digawangi oleh mereka para seniman yang mencintai pekerjaannya dan para wartawan berpengalaman yang dipecat atau keluar dari tempat kerja sebelumnya: Ekspres, Kompas, dan lainnya. Para seniman dan wartawan itu adalah Goenawan Mohamad (Ketua Dewan Redaksi), Bur Rasuanto (Wakil Ketua), Usamah, Fikri Jufri, Cristianto Wibisono, Toeti Kakiailatu, Harjoko Trisnadi, Lukman Setiawan, Syu'bah Asa, Zen Umar Purba, Putu Wijaya, Isma Sawitri, Salim Said, dan lainnya. Satu orang kepercayaan dari Yayasan Jaya Raya juga turut serta mengelola Tempo, yaitu Eric Samola

Edisi pertama Tempo laku sekira 10.000 eksemplar. Disusul edisi kedua yang laku sekira 15.000 eksemplar. Progress penjualan oplah ini menepis keraguan Zainal Abidin, bagian sirkulasi Tempo, yang menganggap majalah ini tidak akan laku. Selanjutnya, oplah Tempo terus

meningkat pesat hingga pada tahun ke-10, penjualan Tempo mencapai sekira 100.000 eksemplar.

Dalam perjalanannya, terjadi dualisme kepemimpinan di tubuh Tempo antara Goenawan dengan Bur. Keduanya memiliki perbedaan ide dasar. Goenawan ingin Tempo bergaya tulis feature (bercerita), sedangkan Bur cenderung ke news. Keduanya pun sering berbeda paham dan saling bertolak pendapat.

Pelarangan terbit majalah Tempo pada 1994 (bersama dengan Majalah Editor (majalah) dan Tabloid Detik (tabloid), tidak pernah jelas penyebabnya. Tapi banyak orang yakin bahwa Menteri Penerangan saat itu, Harmoko, mencabut Surat Izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP) Tempo karena laporan majalah ini tentang impor kapal perang dari Jerman. Laporan ini dianggap membahayakan "stabilitas negara". Laporan utama membahas keberatan pihak militer terhadap impor oleh Menristek BJ Habibie. Sekelompok wartawan yang kecewa pada sikap Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) yang menyetujui pembreidelan Tempo, Editor, dan Detik, kemudian mendirikan Aliansi Jurnalis Indonesia.

Berikut ini adalah susunan dari majalah Tempo :

1. Laporan utama

Tentang peristiwa terkini dan dijadikan pokok bahasan utama.

2. Laporan khusus

Tentang berita yang diliput secara khusus atau investigasi.

3. Surat pembaca

Surat yang di tujukan kepada redaksi Tempo dari pembaca.

4. Ekonomi

Membahasi tentang perbankan.

5. Hukum

Membahas hukum yang berlaku dimassa sekarang atau permasalahan yang sedang terjadi dikaitkan dengan hukum yang berlaku.

6. Film

Memuat tentang ulasan-ulasan film terbaru atau new realease.

7. Kesehatan

Membahas tentang medis dan berita yang menyangkut tentang kesehatan.

8. Media

Infotainment, hiburan, gosip selebritis.

9. Buku

Memuat tentang ulasan buku terbaru, terlaris, serta judul buku.

10. Internasional

Membahas tentang peristiwa yang terjadi di luar negeri.

11. Nasional

Membahas tentang peristiwa yang terjadi di dalam negeri.

12. Agama

Membahas permasalahan yang beredar mengenai keagamaan, seperti arah kiblat yang bergeser, dan lain sebagainya.

13. Olah raga

Memuat tentang berita para atlet juga info tentang komunitas pecinta olah raga.

14. Musik

Profil seorang musisi baik dalam dan luar negeri.

Selain itu, Tempo juga memiliki situs www.tempo.com yang memudahkan pembaca mengakses isi berita Tempo. Web adalah rumah nyata bagi perusahaan dan sebagai tempat open house untuk khalayak jika ingin mengetahui secara mendalam perusahaan dan merk atau produk yang sudah dihasilkan oleh perusahaan tersebut.

4.2 Penyajian Data

Dari hasil pengamatan peneliti yang dilakukan pada majalah Tempo mengenai pemaknaan karikatur “Don Komo” maka akan disajikan data-data yang didapat dari gambar dan warna yang dimuat pada majalah Tempo edisi. Data-data yang dianalisis terdiri dari sekumpulan tanda-tanda yang spesifik akan di pilah-pilah dan disesuaikan dengan materi yang tersedia. Tanda tersebut berupa, tanda (gambar, warna, perilaku non verbal dan atribut pendukung) yang digunakan sebagai indikator pengamatan

dalam penelitian. Pengkategorian tanda pada ilustrasi ini berdasarkan landasan teori semiotika Charles Sanders Pearce dimana untuk mengetahui makna yang terkandung dalam pemaknaan karikatur “Don Komo” pada majalah Tempo.

Pierce membagi tanda menjadi tiga kategori, yaitu : ikon, indeks, dan simbol. Untuk mengungkapkan makna serta pesan yang disampaikan dalam gambar karikatur tersebut, sistem tanda dibagi berdasarkan pembagian fungsi tanda Pierce. Dalam pendekatan semiotik Pierce terdapat tiga komponen, yaitu : Tanda (sign), Objek (object), Interpretan (interpretant).

Sebagai interpretan peneliti menganalisa ilustrasi “Don Komo” pada majalah Tempo yang dijadikan dalam bentuk korpus (sample terbatas) dengan menggunakan hubungan antara tanda dengan acuan tanda dalam model semiotik Pierce yang membagi tanda tersebut atas tiga kategori, yaitu ikon, indeks dan simbol, sehingga akan diperoleh interpretasi dari ilustrasi melalui kategori tanda tersebut.

Ikon adalah hubungan antara tanda dan objek atau acuan yang bersifat kemiripan. (Sobur, 2001: 41). Dengan kata lain tanda memiliki ciri - ciri sama dengan apa yang dimaksudkan. Apabila pada pemaknaan karikatur “Don Komo” Dalam Majalah Tempo Edisi 12 Juni 2011 ditunjukkan dengan:

- 3) Komodo yang memakai jas dan dasi kupu-kupu yang digambarkan sebagai artis.
- 4) Ular kecil sebagai teman komodo yang digambarkan sebagai rakyat.

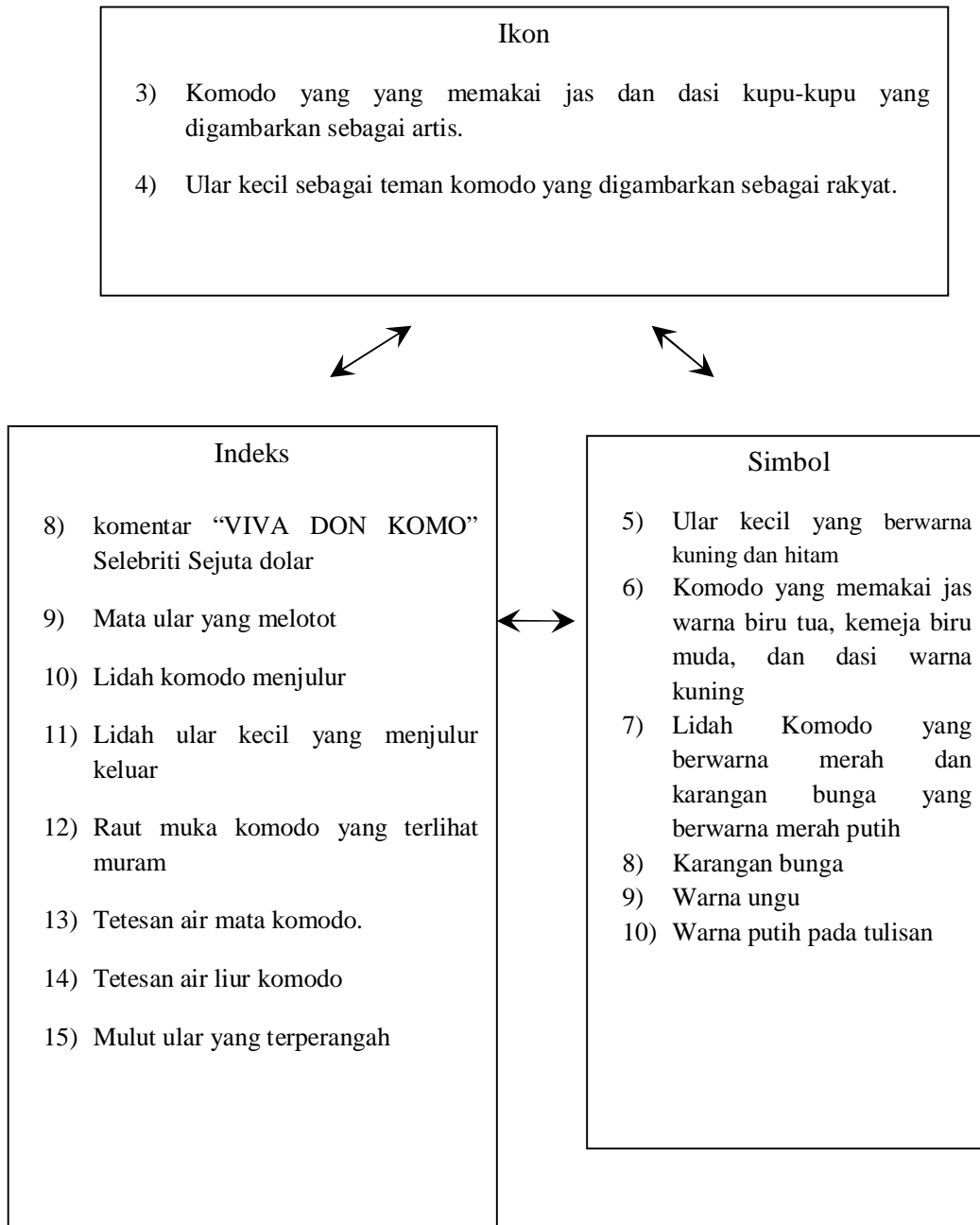
Indeks adalah tanda yang menunjukkan adanya hubungan alamiah antara tanda dan petanda yang bersifat kausal atau hubungan sebab akibat (Sobur, 2004: 42), atau disebut juga dengan tanda sebagai bukti. . Apabila pada pemaknaan karikatur “Don Komo” Dalam Majalah Tempo Edisi 12 Juni 2011 ditunjukan dengan:

- 8) komentar “VIVA DON KOMO” Selebriti Sejuta dolar
- 9) Mata ular yang melotot
- 10) Lidah komodo menjulur
- 11) Lidah ular kecil yang menjulur keluar
- 12) Raut muka komodo yang terlihat muram
- 13) Tetesan air mata komodo.
- 14) Tetesan air liur komodo
- 15) Mulut ular yang terperangah

Simbol adalah tanda yang menunjukkan hubungan alamiah antara tanda penanda dengan petandanya, bersifat arbitrer atau semena, hubungan berdasarkan konvensi (perjanjian masyarakat) (Sobur, 2004: 42). Apabila pada pemaknaan karikatur “Don Komo” Dalam Majalah Tempo Edisi 12 Juni 2011 ditunjukkan dengan:

- 5) Ular kecil yang berwarna kuning dan hitam
- 6) Komodo yang memakai jas warna biru tua, kemeja biru muda, dan dasi warna kuning
- 7) Lidah Komodo yang berwarna merah dan karangan bunga yang berwarna merah putih
- 8) Karangan bunga
- 9) Warna ungu
- 10) Warna putih pada tulisan

Ilustrasi “Don Komo” yang terdapat pada majalah Tempo jika digambarkan dalam model Semiotik Pierce adalah sebagai berikut :



Gambar 4.1

Gambar ilustrasi “Don Komo” dalam kategori tanda Pierce

Gambar diatas merupakan gambar interpretasi yang di lakukan terhadap ilustrasi “Don Komo” pada majalah Tempo tersebut. Ilustrasi “Don Komo” merupakan suatu bentuk sistem yang merujuk pada sesuatu diluar tanda itu sendiri yang ada dalam ilustrasi tersebut. Ilustrasi “Don Komo” digunakan oleh peneliti untuk mengintepretasikan sistem tanda dalam penelitian ini.

4.3 Analisis Data (Tanda) dalam Ilustrasi “Don Komo”

Menurut Pierce, sebuah tanda itu adalah segala sesuatu yang ada pada seseorang untuk menyatakan sesuatu yang lain dalam beberapa hal atau keputusan. Dalam pendekatan semiotik model Charles Sanders Pierce, diperlukan adanya model analisis, yaitu tanda (sign), objek (object) dan interpretan (interpretant). Menurut Pierce salah satu bentuk tanda adalah kata, karena tanda itu sendiri adalah pencitraan indrawi yang menampilkan pengertian dari objek yang dimaksudkan, sedangkan objek adalah sesuatu yang dirujuk oleh tanda. Sementara interpretan adalah tanda yang ada didalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda.

Dalam menganalisa hubungan antara tanda dan acuanya berdasarkan Semiotik Pierce, yaitu ikon, indeks dan simbol. Maka peneliti akan berusaha menginterpretasikan atau menganalisa segala bentuk pemaknaan yang terdapat dalam ilustrasi “Don Komo” berdasarkan model Semiotik Pierce tersebut diatas.

4.3.1 Ikon

Dilihat dari ilustrasi majalah Tempo edisi “Don Komo” adalah gambar karikatur komodo yang memakai jas dan dasi kupu-kupu yang digambarkan sebagai artis. Diibaratkan artis, karena sering tampil di televisi mengenai polemik pulau komodo mencuat di permukaan dan heboh di masyarakat semenjak mulai digembor-gemborkan secara besar-besaran baik di media massa maupun televisi. Tercatat telah lebih dari sepuluh juta dukungan yang terkumpul melalui layanan pesan singkat. Pemakaian jas dan dasi kupu-kupu disini diibaratkan komodo sebagai artis yang mengikuti polling seperti pemilihan artis berbakat di ajang Indonesian Idol, yang juga ditentukan oleh polling pesan singkat.

Kedua, gambar Ular kecil sebagai teman komodo yang digambarkan sebagai masyarakat. Dalam gambar ini seakan-akan ular dimaknai sebagai rakyat kecil yang mengeksploitasi komodo sebagai hewan yang diharapkan bisa memberikan manfaat bagi masyarakat.

4.3.2 Indeks

Indeks adalah tanda yang hadir secara asosiatif akibat terdapatnya hubungan dengan ciri acuannya yang bersifat kausal atau tanda yang secara alamiah mempresentasikan objek lain yang muncul berdasarkan hubungan sebab-akibat. Menurut Pierce, salah satu bentuk tanda adalah kata, maka setiap bentuk tulisan yang terdapat didalam majalah tersebut

dapat berfungsi sebagai petanda yang mengisyaratkan penandanya yaitu ilustrasi majalah Tempo.

Komentar “VIVA DON KOMO” Selebriti Sejuta dolar. Hal ini dimaknai sebagai sindiran bagi komodo, mengenai banyaknya fee yang diterima dari hasil polling SMS di New 7Wonders. Kontroversi mengenai kemana uang hasil polling SMS untuk mendukung komodo ini juga menjadi hal yang penting untuk dipertanyakan, karena banyaknya jumlah yang diibartkan sejuta dolar.

Mata ular yang melotot, hal ini dimaknai sebagai kemarahan ular yang mengeksploitasi hewan komodo yang sebenarnya harus kita konservasi, yang paling dibutuhkan Komodo saat ini adalah konservasi, bukan justru mempopulerkannya, apalagi lewat SMS macam audisi idol. Penurunan jumlah populasi Komodo juga harus diperhatikan yang sedarinya berjumlah 5500 ekor pada tahun 1969-1970 namun pada tahun 2000-an telah berkurang menjadi 3000 ekor. Kritik serupa juga disampaikan Prof. Dr. Laurentius Dyson guru besar Antropologi Fisip Universitas Airlangga. Menurut dia, jika Presiden sampai ikut-ikutan mempromosikan Pulau Komodo lewat New7Wonders, sama dengan melakukan pembodohan pada masyarakat. “Lagi-lagi masyarakat dieksploitasi dengan diajak kirim SMS untuk mendukung sesuatu yang tidak jelas manfaatnya”. Secara etika pun, kata Dyson, tidak etis jika Presiden ikut berkampanye untuk kepentingan New7Wonders yang notabene adalah lembaga swasta

Lidah komodo menjulur. Memiliki makna bahwa lidahnya yang selalu menjulur keluar untuk mendeteksi rasa dan mencium stimuli. Satwa yang tidak punya kemampuan untuk mendengar ini mempunyai inteligensi yang bagus, terlihat pada saat berburu atau mencari mangsa. Jadi dalam karikatur ini lidahnya menjulur digunakan untuk mendeteksi kontroversi penyelenggaraan tujuh keajaiban dunia oleh New 7 Wonders.

Lidah ular menjulur. Dalam hal ini pemaknaannya hampir sama dengan lidah komodo yang menjulur, karena kedua hewan ini adalah hewan melata yang selalu menjulurkan lidahnya untuk mendeteksi rasa dan mencium stimuli. Jadi dalam karikatur ini lidah ular menjulur digunakan untuk mendeteksi kontroversi penyelenggaraan tujuh keajaiban dunia oleh New 7 Wonders, mendeteksi kegagalan-kegagalan yang ada dalam penyelenggaraan program tujuh keajaiban dunia.

Raut muka komodo yang terlihat muram. Menunjukkan makna bahwa komodo Komodo tidak ingin diekspos terlalu berlebihan karena komodo adalah binatang yang penyendiri, berkumpul bersama hanya pada saat makan dan berkembang biak. Kalau seandainya ia diekspos sedemikian rupa apa itu gak membuat reptil ini jadi stress? Harus di ingat bahwa Taman Nasional Komodo adalah taman konservasi. konservasi adalah upaya yang dilakukan manusia untuk melestarikan atau melindungi alam. Parwisata tentu saja berbeda dengan konservasi.

Tetes air mata komodo, hal ini dimaknai sebagai tetes air mata yang dikarenakan kontroversi yang tidak pernah selesai mengenai pemilihannya dalam ajang New 7Wonders. Dalam perjalanannya, proses pemilihan kontes lewat voting ini berjalan penuh liku-liku, salah satunya adalah dengan pihak panitia N7W itu sendiri. Sejak Taman Nasional Komodo masuk sebagai finalis, Indonesia ditawarkan menjadi tuan rumah acara malam final N7W. Saat itu MenBudPar punya semangat yang tinggi untuk memajukan Pulau Komodo ke kancah wisata Internasional. Namun terjadi miskomunikasi antara panitia dengan pihak budpar, N7W meminta dana-dana tambahan yang sangat besar yang musti dikeluarkan Indonesia berkaitan dengan posisinya sebagai tuan rumah malam final N7W, jelas dana-dana tambahan ratusan ribu dollar itu ditolak mentah-mentah. Penolakan ini berujung pada ancaman akan didiskualifikasikannya Pulau Komodo sebagai finalis. N7W pun sempat menuntut budpar ke pengadilan karena dianggap membatalkan perjanjian sepihak. Pihak Budpar tidak gentar, mereka dengan tim pengacara siap menghadapi gugatan pihak N7W. Karena kisruh ini maka posisi Pulau Komodo sebagai finalis N7W pun menjadi gantung. N7W mengancam akan mencabut Pulau Komodo sebagai finalis New 7 Wonders.

Tetes air liur komodo. Dalam hal ini dimaknai sebagai keinginan komodo untuk lebih diperhatikan bukan hanya dieksploitasi dan dimanfaatkan saja untuk kepentingan segelintir orang.

4.3.3 Simbol

Simbol pada dasarnya merupakan tanda yang menunjukkan hubungan alamiah antara penanda dengan petandanya atau sesuatu tanda yang digunakan untuk menunjuk sesuatu yang lainya berdasarkan sekelompok orang yang disepakati bersama, bersifat arbiter atau semena (Sobor 2004: 42). Simbol dari ilustrasi majalah Tempo tersebut antar lain:

Ular kecil yang berwarna kuning dan hitam. Warna kuning melambangkan pada energy matahari, ingatan, imajinasi logis, energi sosial, kerjasama, kebahagiaan, kegembiraan, kehangatan, loyalitas, tekanan mental, persepsi, pemahaman, kebijaksanaan, penghianatan, kecemburuan, penipuan, kelemahan, penakut, aksi, idealisme, optimisme, imajinasi, harapan, musim panas, filosofi, ketidak pastian, resah dan curiga. Warna Kuning merangsang aktivitas mental dan menarik perhatian, Sangat efektif digunakan pada blogsite yang menekankan pada perasaan bahagia dan kekanakan. Arti positif: terang/cerdas, energi, matahari, kreativitas, akal, bahagia, sedangkan arti negatif: penakut, tidak bertanggungjawab, tidak stabil.

Warna hitam melambangkan perlindungan, pengusiran, sesuatu yang negatif, mengikat, kekuatan, formalitas, misteri, kekayaan, ketakutan, kejahatan, ketidak bahagiaan, perasaan yang dalam, kesedihan, kemarahan, sesuatu yang melanggar , harga diri, anti kemapanan, seksualitas, kecanggihan, kematian. Sangat tepat untuk menambahkan

kesan misteri. Latar belakang warna hitam dapat menampilkan perspektif dan kedalaman. Sangat bagus untuk menampilkan karya seni atau fotografi karena membantu penekanan pada warna-warna lain. Arti positif: perlindungan, dramatis, serius, bergaya/anggun, formalitas, sedangkan arti negatif: kerahasiaan,.

Komodo yang memakai jas warna biru tua, kemeja biru muda, dan dasi warna kuning. Jas yang dipakai komodo dengan warna biru tua melambangkan perasaan yang dalam. Sifatnya : Konsentrasi, kooperatif, cerdas, perasa, integratif. Pengaruhnya : Konsentrasi, pasif, bekerja sama, dapat menerima, perasa, cerdas, bersatu Pengaruh Tenang, cepat puas, lemah lembut, bijaksana, pengasih dan penyayang, tidak mudah tersinggung, banyak kawan. Kemeja biru muda melambangkan ketenangan, kepercayaan, keamanan, teknologi, kebersihan, keteraturan. Gradasi warna biru Tua melambangkan perasaan yang mendalam, teduh, konsentrasi, kooperatif, cerdas, perasa, integratif, tenang, bijaksana, tidak mudah tersinggung, banyak teman. Sedangkan warna biru muda warna yang melambangkan bertahan, keras kepala, bangga diri, berpendirian tetap, tenang, dan fresh

Dasi warna kuning melambangkan kegembiraan, warna ini mempunyai sifat longgar, santai dan senang menunda masalah, tapi penyuka warna ini mempunyai cita-cita yang tinggi, semangat tinggi, berubah-ubah dan penuh harapan.

Lidah Komodo yang berwarna merah dan karangan bunga yang berwarna merah putih. Warna merah pada lidah komodo memberikan pengaruh keras, agresif, dan power. Kekuatan yang dimiliki komodo bisa membunuh seorang manusia, dan hewan ini sangat mematikan, bila dia terusik. Sedangkan warna merah putih pada karangan bunga menggambarkan lambang Negara Indonesia yang bangga akan komodo sebagai satwa langka yang khas berasal dari Indonesia, dan merupakan kebanggaan masyarakat Indonesia. Satu hal lagi, bangsa ini sedang mengalami krisis perpecahan. Pemerintah dengan partai-partainya sedang memecah belah pandangan kebersatuan bangsa ini. Kerinduan rasa bersatu bangsa dapat terlihat jelas dengan fenomena Timnas sepak bola Indonesia. Ketika semua partai beramai-ramai mengibarkan panji berwarna-warni dengan janji-janji mereka lebih baik dari partai lain, bangsa ini cukup menghadap ke arah yang sama dan mengibarkan warna yang sama yaitu merah-putih. Bangsa ini sudah lelah dengan perpecahan dan rindu dengan persatuan. Timnas sepak bola adalah air segar yang menyatukan bangsa ini.

Kemunculan kampanye dukungan Pulau Komodo tentu lebih menjadi tantangan bagi rasa nasionalisme bangsa ini. Ketika Timnas sepak bola hanya bisa tingkat Asia, Komodo hadir dengan tantangan kelas dunia. Wajar jika akhirnya dukungan yang diberikan bangsa ini sangatlah besar, tulus, dan penuh kebanggaan. Kemenangan Komodo tentu akan jadi sorak-sorai yang mengharukan bagi bangsa ini.

Komodo yang memakai karangan bunga. Karangan bunga adalah sebuah karangan bunga tropis yang indah terbuat dari bunga tropis harum manis dan biasanya disajikan untuk pengunjung ke suatu tempat atau tamu untuk disampirkan di leher mereka oleh gadis-gadis cantik. Kalungan bunga adalah sikap ramah dan juga sebagai hadiah untuk wisatawan, VIP atau hanya kepada orang-orang yang menghargai adat istiadat setempat. Kalung Bunga adalah cara untuk mengatakan halo, selamat, rasa hormat, selamat datang, simpati atau pemberian mencintai pasangan. Membuat kalung bunga adalah sebuah bentuk seni yang rumit artistik. Semua bunga kalung adalah buatan tangan dalam berbagai pola dan gaya. Ada yang dijahit dengan ratusan bunga atau kerang laut dan beberapa orang lain, campuran daun dan pakis. Anda juga akan memerlukan beberapa benang dan jarum khusus, yang biasanya sekitar 4 inci panjang untuk memungkinkannya menyulam semua jalan melalui bunga mekar itu. Anda akan mendorong jarum melalui bagian bawah bunga, dan ulangi proses sampai ada lima atau enam bunga-bunga pada jarum. Kemudian dengan hati-hati tarik jarum melalui semua bunga, yang lembut sehingga tidak merobek kelopak. Anda membutuhkan latihan untuk membuat kalung bunga tampak indah tanpa merusak bunga-bunga. Anda juga dapat menghubungkan bunga dengan menjalin atau knotting batang bersama-sama, meskipun hal ini memerlukan keahlian yang lebih. Hal ini memiliki makna bahwa kalung bunga pada Komodo, menunjukkan

bahwa komodo sebagai hewan yang langka yang dihargai oleh masyarakat sekitar dan masyarakat Indonesia.

.Untuk pemakain font pada tulisan Viva Don Komo menggunakan warna hitam dengan diblur background putih dimaknai bahwa penegasan tulisan bahwa Don Komo menyerupai Don King yang terkenal dan mempunyai banyak uang. Font nya sendiri menggunakan Comic Sans, mengibaratkan bahwa itu adalah guratan atau tulisan dari ular yang tidak beraturan.

Warna ungu pada background. Yang menandakan warna berwibawa, agung. Hal ini dimaknai bahwa komodo dilambangkan hewan yang gagah, berwibawa dan disegani.

Warna putih pada background tulisan, menandakan hanya untuk menegaskan tulisan pada karikatur supaya bisa terbaca dengan jelas.

Semua warna yang terdapat pada majalah termasuk dalam klasifikasi tanda desain simbol atau proporsion, karena warna-warna yang ada dalam karikatur tersebut merupakan tanda yang langsung menghubungkan dengan objek melalui asosiasi dalam otak. Klasifikasi komposisi warna mempunyai arti yang mungkin sudah terbentuk pada pola pikir masyarakat, sehingga dalam proses interpretasi warna memunculkan makna yang bersifat umum

4.4 Makna Keseluruhan Gambar Karikatur Pada Majalah Tempo edisi “Don Komo”

Pada proses analisis peneliti mengaplikasikan teori Pierce yaitu dengan menerapkan metode model segitiga (Triangle of Meaning) dalam mengungkap makna implisit pada objek kajian. Dalam proses analisis peneliti memaknai secara utuh tampilan gambar karikatur pada majalah Tempo edisi “Don Komo”.

Objek yang menjadi kajian dalam penelitian ini adalah gambar karikatur pada majalah, mulai dari bentuk-jenis-bentuk dari penyajian pesan (makna) yang ingin disampaikan. Sedangkan dalam mengungkapkan interpretan, peneliti menganalisis majalah yang diambil dari korpus. Korpus pada penelitian ini adalah keseluruhan gambar karikatur cover majalah Tempo edisi “Don Komo”. Secara sistematis proses menentukan korpus dalam metode segitiga Pierce adalah dengan menghubungkan antara tanda dan acuan tanda. Komponen yang menjadi bagian dalam menentukan korpus antara lain: ikon, indeks, simbol. Hasil akhir dari proses interpretasi merupakan hasil yang akan diungkap peneliti.

Ikon yang ada dalam gambar karikatur majalah Tempo edisi “Don Komo” adalah gambar karikatur komodo yang memakai jas dan dasi kupu-kupu yang digambarkan sebagai artis. Diibaratkan artis, karena sering tampil di televisi mengenai polemik pulau komodo mencuat di permukaan dan heboh di masyarakat semenjak mulai digembor-

gemborkan secara besar-besaran baik di media massa maupun televisi. Tercapat telah lebih dari sepuluh juta dukungan yang terkumpul melalui layanan pesan singkat. Pemakaian jas dan dasi kupu-kupu disini diibaratkan komodo sebagai artis yang mengikuti polling seperti pemilihan artis berbakat di ajang Indonesian Idol, yang juga ditentukan oleh polling pesan singkat.

Indeks yang ada dalam gambar karikatur komentar “VIVA DON KOMO” Selebriti Sejuta dolar. Hal ini dimaknai sebagai sindiran bagi komodo, mengenai banyaknya fee yang diterima dari hasil polling SMS di New 7Wonders. Kontroversi mengenai kemana uang hasil polling SMS untuk mendukung komodo ini juga menjadi hal yang penting untuk dipertanyakan, karena banyaknya jumlah yang diibartkan sejuta dollar. Tetesan air liur komodo. Dalam hal ini dimaknai sebagai keinginan komodo untuk lebih diperhatikan bukan hanya dieksploitasi dan dimanfaatkan saja untuk kepentingan segelintir orang

Simbol yang ada dalam gambar karikatur adalah ular kecil yang berwarna kuning dan hitam. Warna kuning melambangkan pada energy matahari, ingatan, imajinasi logis, energi sosial, kerjasama, kebahagiaan, kegembiraan, kehangatan, loyalitas, tekanan mental, persepsi, pemahaman, kebijaksanaan, penghianatan, kecemburuan, penipuan, kelemahan, penakut, aksi, idealisme, optimisme, imajinasi, harapan, musim panas, filosofi, ketidak pastian, resah dan curiga. Warna Kuning merangsang aktivitas mental dan menarik perhatian, Sangat efektif digunakan pada

blogsite yang menekankan pada perasaan bahagia dan kekanakan. Arti positif: terang/cerdas, energi, matahari, kreativitas, akal, bahagia, sedangkan arti negatif: penakut, tidak bertanggungjawab, tidak stabil.

Pemilihan gambar karikatur pada majalah Tempo edisi “Don Komo” menjadi pertimbangan tersendiri bagi pihak peneliti, karena pada gambar karikatur tersebut menunjukkan adanya perbandingan karakter yang dihadirkan secara satu-kesatuan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil interpretasi dan penjelasan peneliti dalam pemaknaan majalah Tempo edisi “Don Komo” , maka tersusun sistem tanda yang tersiri dari ikon, indeks, dan simbol yang merupakan korpus dalam penelitian ini.

Ikon yang ada dalam gambar karikatur majalah Tempo edisi “Don Komo” adalah gambar karikatur komodo yang yang memakai jas dan dasi kupu-kupu yang digambarkan sebagai artis. Diibaratkan artis, karena sering tampil di televisi mengenai polemik pulau komodo mencuat di permukaan dan heboh di masyarakat semenjak mulai digembor-gemborkan secara besar-besaran baik di media massa maupun televisi. Indeks yang ada dalam gambar karikatur komentar “VIVA DON KOMO” Selebriti Sejuta dolar. Hal ini dimaknai sebagai sindiran bagi komodo, mengenai banyaknya fee yang diterima dari hasil polling SMS di New 7Wonders. Kontroversi mengenai kemana uang hasil polling SMS untuk mendukung komodo ini juga menjadi hal yang penting untuk dipertanyakan, karena banyaknya jumlah yang diibartkan sejuta dollar. Simbol yang ada dalam gambar karikatur adalah ular kecil yang berwarna kuning dan hitam. Semua warna yang terdapat pada majalah termasuk dalam klasifikasi tanda desain simbol atau proporsion, karena warna-warna yang ada dalam

karikatur tersebut merupakan tanda yang langsung menghubungkan dengan objek melalui asosiasi dalam otak

5.2 Saran

- a) Bertolak dari pemahaman pemaknaan gambar karikatur majalah Tempo, saran untuk penelitian selanjutnya ialah untuk mengembangkan objek majalah Tempo dengan pemahaman lain selain pemaknaan karikatur “Don Komo”.
- b) Di samping itu, analisis pemaknaan gambar karikatur dalam penelitian ini hanya dipaparkan sebagian; dengan kata lain, penelitian ini membuka gerbang bagi penelitian analisis pemaknaan karikatur. Hal ini disarankan untuk dilakukan dalam penelitian selanjutnya sebagai pendukung penelitian ini atau justru sebagai pembanding penelitian ini.
- c) Di luar beberapa pengertian yang disampaikan peneliti, masih terdapat lahan terbuka untuk melakukan penelitian terhadap majalah Tempo, misalnya ditinjau dari segi komunikasi-budaya, psikologi komunikasi, hukum dan etika media massa, sosiologi komunikasi dan berbagai tinjauan lainnya..